



Caderno Virtual de Turismo
ISSN: 1677-6976
periodicocvt@gmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Brasil

A gastronomia como elemento de diferenciação do turismo na Paraíba

Silva, Isabel Christina Araújo Da; Maracajá, Kettrin Farias Bem

A gastronomia como elemento de diferenciação do turismo na Paraíba

Caderno Virtual de Turismo, vol. 23, núm. 1, 2023

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115474813005>

DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.23n1.2023.2066>

A gastronomia como elemento de diferenciação do turismo na Paraíba

Gastronomy as a differentiating element of tourism in Paraíba

La gastronomía como elemento diferenciador del turismo en Paraíba

Isabel Christina Araújo Da Silva

Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Brasil

isabel.christina009@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.23n1.2023.2066>

Redalyc: [https://www.redalyc.org/articulo.oa?](https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115474813005)

id=115474813005

Kettrín Farias Bem Maracajá

Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Brasil

kettrin@gmail.com

Recepción: 10 Enero 2023

Aprobación: 14 Marzo 2023

RESUMO:

A gastronomia vem se configurando como elemento de destaque na experiência turística do indivíduo. A presente pesquisa busca analisar a importância da gastronomia no desenvolvimento do turismo na Paraíba. Quanto à metodologia, propõe uma abordagem qualitativa que investiga impressões de turistas que visitaram o estado da Paraíba, fazendo a aplicação de um questionário com questões objetivas e subjetivas, cujas questões abertas passaram por tratamento textual através do *software* Iramuteq. Os resultados evidenciaram uma valorização de particularidades da gastronomia paraibana por parte dos respondentes, chegando a ser considerados um fator motivador para nova visita ao estado. Para tanto, é necessário que a gastronomia ganhe espaço dentro dos debates sobre turismo no estado, sendo incorporada aos roteiros turísticos e diferenciando o destino frente a outros.

PALAVRAS-CHAVE: Gastronomia Paraibana, Turismo, Planejamento Turístico.

ABSTRACT:

Gastronomy has been configured as a prominent element in tourist experience. The present research seeks to analyze the importance of gastronomy in tourism development in Paraíba. As for the methodology, it proposes a qualitative approach that investigates tourists' perceptions on their trips to the state of Paraíba through a questionnaire made of both objective and subjective questions. Its subjective questions were textually treated using Iramuteq software. Results showed that respondents appreciated the particularities of Paraíba's gastronomy and it was even considered a motivating factor for a new visit to the state. Therefore, it is necessary to include gastronomy in debates about tourism in the state, incorporating it into tourist itineraries in order to differentiate Paraíba from other destinations.

KEYWORDS: Paraibana Gastronomy, Tourism, Tourist Planning.

RESUMEN:

La gastronomía se ha configurado como un elemento destacado dentro de la experiencia turística del individuo. La presente investigación busca analizar la importancia de la gastronomía en el desarrollo del turismo en Paraíba. En cuanto a la metodología, propone un abordaje cualitativo que investiga las impresiones de los turistas que visitaron el estado de Paraíba, haciendo la aplicación de un cuestionario con preguntas objetivas y subjetivas, cuyas preguntas abiertas pasaron por tratamiento textual a través del *software* Iramuteq. Los resultados mostraron una apreciación de las particularidades de la gastronomía de Paraíba por parte de los encuestados, e incluso fueron consideradas un factor motivador para una nueva visita al estado. Por lo tanto, es necesario que la gastronomía gane espacio en los debates sobre el turismo en el estado, siendo incorporada a los itinerarios turísticos, diferenciándose de otros destinos.

PALABRAS CLAVE: Gastronomía Paraibana, Turismo, Planificación Turística.

1. INTRODUÇÃO

A gastronomia vem se destacando em visitas turísticas, especialmente no que tange a perspectiva cultural, devido às características gastronômicas de um local marcarem a sua identidade, sendo capaz de diferenciar e representar a cultura, colonização e história de um lugar (Koerich, De Sousa, & Fialho, 2018). Para além da necessidade básica de se alimentar, os turistas estão se motivando a visitar determinadas regiões em função da culinária local. Dessa forma, a gastronomia passa a ser vista como um mecanismo capaz de promover ou consolidar destinos turísticos, ao passo que impulsiona a chegada de turistas que desejam obter conhecimento acerca da cultura local por meio da culinária (Mora et al., 2021).

O deslocamento turístico motivado por fins gastronômicos tem sido estudado como uma oportunidade de desenvolvimento para a localidade e também para a região envolvida, pois refere-se às ações que já são implementadas tradicionalmente, mas não são exploradas devidamente ou são pouco divulgadas, a exemplo dos pratos típicos com ingredientes locais/regionais e receitas específicas do destino visitado (Ribeiro-Martin, Silveira-Martins, 2018).

Ademais, a gastronomia vem se destacando cada vez mais como um atrativo turístico, pois estima-se que durante viagens um terço dos gastos é direcionado ao consumo de alimentos (Gheorghe, Tudorache, Nistoreano, 2014). Assim sendo, a região recebe um retorno financeiro com a chegada de turistas na localidade, além de estimular a consolidação da cultura local e um maior envolvimento da comunidade local através da produção dos produtos cultivados na região (Martins, Costa, Baptista, 2014).

Dessa maneira, é importante que os destinos turísticos trabalhem seu patrimônio cultural como elemento que possibilita a expansão de sua atividade turística. Para tanto, segundo Gheorghe, Tudorache e Nistoreanu (2014), é necessário que os atores sociais envolvidos em um determinado destino (tais como produtores, donos de restaurantes, administração pública, hoteleiros, etc.) cooperem na definição, planejamento e gestão dos produtos oferecidos pelo turismo gastronômico.

O estudo da gastronomia no contexto turístico se justifica baseado na Organização Mundial do Turismo (OMT), que destaca a gastronomia como sendo o terceiro maior impulsionador de viagens pelo mundo e no Brasil, movimentando cerca de R\$ 250 bilhões por ano de acordo com cálculos da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel)¹. Além disso, o Brasil tem apresentado muitas experiências que demonstram o crescimento desse segmento, como feiras gastronômicas, festivais, visitas à produção de cachaça, vinhos, cervejarias artesanais e eventos voltados para os outros produtos do segmento gastronômico (Fagliari, 2005).

Entre os anos de 2009 e 2019, o número de visitantes ao estado da Paraíba cresceu, atingindo a marca de mais de 1,8 milhão de pessoas nos anos de 2017, 2018 e 2019, vindos de diferentes regiões do país². Além dos atrativos relacionados aos destinos mais visitados no estado, a culinária da Paraíba é uma das grandes referências na gastronomia do Nordeste brasileiro, ao passo que proporciona ao turista uma apreciação de variadas combinações de sabores dentro de seus pratos típicos (Campos et al., 2009).

Diante das proposições dos autores supracitados, o presente estudo encontra sua importância em virtude da capacidade da gastronomia de suscitar novas visitas por suprir uma necessidade básica que o turista possui e também por gerar uma nova perspectiva dentro da experiência de consumo gastronômico à medida que aproxima o indivíduo da cultura local e dos hábitos da região visitada. Além disso, o patrimônio gastronômico é parte comum das regiões e seu uso como elemento de diferenciação pode ser alcançado de forma natural, cuja implementação seria mais simplificada se comparada a outros mecanismos de atração turística, dessa forma valorizando e contribuindo com a cultura e economicamente na vida dos moradores locais.

Dessa forma, o presente estudo tem como problema de pesquisa: de que forma a gastronomia pode diferenciar o turismo da Paraíba? Para responder este questionamento, o objetivo da presente pesquisa é analisar a importância da gastronomia para o desenvolvimento do turismo no estado da Paraíba. A metodologia utilizada focará em uma pesquisa qualitativa, utilizando dados primários, cuja coleta de dados foi desenvolvida através da aplicação de questionários com os atores sociais envolvidos na gastronomia turística.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Noções sobre turismo e gastronomia

O turismo vem sendo considerado uma das maiores indústrias do mundo em função de seu potencial de interligar diversos setores da sociedade, tais como o econômico, social, cultural e o político (Ramos, Costa, 2017), mas também por sua capacidade de atrair cada vez mais visitantes para diferentes regiões do planeta, a exemplo do ano de 2019, quando a chegada de turistas internacionais atingiu a marca de 1,5 bilhão de pessoas em todo o mundo, de acordo com dados relatados por diferentes destinos (UNWTO, 2020).

Nessa perspectiva, o turismo consiste em uma atividade capaz de proporcionar benefícios a uma determinada localidade, principalmente em termos econômicos, cujos resultados são observados na forma de circulação monetária da moeda, no consumo de bens e serviços por parte dos turistas, na geração de empregos e no aumento de empresas cuja área de atuação está ligada ao setor turístico (Cabugueira, 2005). Entretanto, além de sua vertente benéfica aos destinos, existem também impactos negativos que podem ser causados pela atividade turística, especialmente no que tange aos aspectos socioculturais (aqueles que recaem sobre a população local), como mudanças na estrutura social, nas relações e na adaptabilidade das comunidades; além de alterações nas normas e padrões culturais da região (Oliveira, Salazar, 2011). Dessa forma, o planejamento da atividade turística se mostra como elemento fundamental para que seu desenvolvimento seja acompanhado de equilíbrio na exploração de recursos físicos e socioculturais do ambiente receptor (Ruschmann, 2016).

Na literatura existem diferentes classificações quanto aos tipos de turismo. Ledhesma (2018) propõe uma classificação que possibilita compreender a realidade atual do turismo, não sendo considerada uma classificação definitiva e fechada. O autor apresenta uma tipologia segundo os quatro objetivos do turista : corporal, intelectual, material e ambiental. Dentro de cada um dos tipos citados, o autor esclarece quais motivações do sujeito estão presentes em cada item, a exemplo do turismo intelectual que abarca várias formas de turismo; dentre eles o turismo gastronômico, cuja experiência do visitante perpassa o simples ato de comer, integra todos os seus sentidos através da prática culinária desenvolvida na região (Ledhesma, 2018). A prática do turismo gastronômico parte de uma crescente valorização de particularidades de um destino (Simon, Etges, Minasi, 2015) . Ao levar em consideração esses aspectos característicos, o turista estará em contato com o terroir da região, ou seja, os componentes específicos que estão ligados ao solo, clima, vegetação e demais aspectos físicos e biológicos do destino, que imprimem um diferencial nos produtos provenientes da região (Silva, Maracajá, 2021).

Ao fazer um deslocamento turístico, as pessoas naturalmente têm contato com a gastronomia da região, ocorrendo de maneira intencional ou não (Aguiar, Melo, Eusébio, 2020). Quando feitas intencionalmente, essas visitas ocorrem através da figura do turismo gastronômico, onde o turista busca por experiências que possibilitem um aprofundamento do conhecimento sobre a culinária e cultura regionais (Kivela, Crotts , 2006). Para essa categoria de turista, satisfazer necessidades alimentares deixa de ser apenas um ato fisiológico e se torna cada vez mais uma experiência gastronômica-culinária (Meler, Cerovic, 2003). Dessa forma os estabelecimentos, os produtos alimentícios, os festivais e eventos apresentam ao turista a gastronomia singular de uma região, enriquecendo sua experiência cultural (Rand, Heath, Alberts, 2003).

Diante do cenário supracitado, a gastronomia se configura como um elemento que influencia significativamente no modo de experimentação de um destino turístico por parte do visitante (Aguiar, Melo, Eusébio, 2020), podendo tornar-se um elemento chave na promoção e competitividade desse destino (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares, 2012), à medida que possibilita um efeito potencializador de impactos no turismo e em outras atividades e setores (Mora et al., 2021). Nesse sentido, a gastronomia como atração turística possibilita a geração de empregos e renda econômica na região, além de atrair investimentos

ao promover sua culinária, transformando o contexto regional em destino turístico que geram retorno financeiro à localidade (Landa, 2018).

Outro papel desempenhado pela gastronomia local é de elemento diferenciador de uma determinada região, especialmente no campo cultural, permitindo que a identidade de uma localidade seja percebida por um visitante através de uma associação entre o ambiente e determinados alimentos e receitas (Barroco, Barroco, 2008; Landa, 2018). Partindo dessa perspectiva, o turismo gastronômico possibilita que o destino turístico faça uso de seu patrimônio cultural alimentar como estratégia de posicionamento dentro do mercado turístico (Aguiar, Melo, Eusébio, 2020).

Portanto, observa-se que a gastronomia é um importante elemento na prática do turismo, haja vista sua presença recorrente no roteiro do turista, além de ser parte componente do patrimônio da localidade. Dessa forma, as regiões podem fazer uso desse elemento como forma de atrair mais turistas, a exemplo do Brasil, que possui condições de sustentar o crescimento da movimentação turística no país partindo do fortalecimento de seu mercado interno (Rabahy, 2020). Tal processo pode ser construído através da valorização do patrimônio gastronômico do país. O tópico a seguir trará reflexões da literatura acerca do turismo e gastronomia partindo do cenário nacional até o regional no contexto brasileiro.

2.2 Nordeste brasileiro: turismo e gastronomia no estado da Paraíba

O Brasil é um país detentor de um grande potencial para atividade turística: seu patrimônio natural e diverso atrai muitos visitantes e contribui significativamente na economia nacional (Guimarães, Morano, 2020). A miscigenação e diversidade presentes no país atingem também a sua gastronomia, que sofreu influência de diferentes culturas, especialmente dos portugueses que trouxeram consigo seus modos de preparo, confecção, tempero e conservação dos alimentos (Fernandes, 2020). Nesse sentido, todas as influências que marcaram a gastronomia brasileira proporcionaram uma herança alimentar distinta em cada região, criando assim um riquíssimo patrimônio culinário (Martins, Baptista, 2010).

O turismo no Nordeste Brasileiro ganha destaque nas atividades ligadas à apreciação da natureza e por seus elementos paisagísticos, muito em função de seu reconhecido litoral (D'Angelis, Lima, 2012), mas a região também ganha atenção dos turistas graças ao seu clima tropical, seu patrimônio cultural e sua culinária característica, que tornam a região única (Tomé, 2018). No que tange à gastronomia nordestina, além da influência das culturas indígena, africana e portuguesa, os fatores geográficos e econômicos também exerceram forte influência na construção da culinária nordestina. Seus pratos mesclam ingredientes provenientes de outras culturas com itens que já eram cultivados pelos indígenas, com destaque a carnes de origem animal, variados pescados e frutos do mar, produtos colhidos, entre outros elementos característicos da região (Tomazoni, 2022).

O turismo paraibano encontra-se voltado para algumas regiões específicas, tais como sua capital João Pessoa, conhecida por seu litoral, Campina Grande e seus eventos juninos (especialmente O Maior São João do Mundo), dentre outras cidades que buscam destaque dentro do setor turístico explorando suas potencialidades atrativas ao público (Carvalho, 2012). Como exemplo há o brejo paraibano, que possui forte potencial turístico, especialmente o turismo nos espaços rurais, de aventura, cultural e religioso (Silva, Oliveira, Silva, 2018). Ademais, o sertão da Paraíba também é dotado de elementos capazes de atrair visitantes ao estado, tais como os açudes de médio e pequeno porte, riachos, serras e outros elementos que remetem ao ecoturismo e ao turismo rural (Araújo, Silva, 2006).

Assim como os demais estados nordestinos, a Paraíba possui uma gastronomia rica e diversa. Seu contexto histórico permitiu que em cada região do estado houvesse a predominância de diferentes produtos e receitas, a exemplo das carnes, leite, mandioca, milho, feijão e os seus derivados, além de outros tantos produtos encontrados na região (Mello, 2002). Cabe ressaltar que a literatura ainda encontra certa dificuldade em distinguir o que é de fato pertencente à culinária paraibana e o que é comum à gastronomia nordestina de maneira geral, o que demanda que mais estudos sejam construídos na área em prol de uma particularização dos elementos característicos da culinária do estado (Vasconcelos, 2018).

Além disso, é importante que a gastronomia ganhe espaço nos debates relacionados às políticas públicas direcionadas ao turismo. Entretanto, inicialmente, é necessário que tais manifestações gastronômicas sejam reconhecidas enquanto práticas culturais e através dessa formalização haja a facilitação na criação de políticas públicas voltadas à área (Gimenes-Minasse, 2017). Nessa perspectiva, a gastronomia paraibana necessita de políticas e ações que sejam voltadas a suas particularidades. Tais políticas públicas devem ser desenvolvidas pensando a promoção dos produtos gastronômicos, da cultura local e da valorização de memórias pertencentes ao seu povo (Lavandoski, Brambilla, & Vanzella, 2019).

3. METODOLOGIA

No que tange aos seus objetivos, a presente pesquisa é considerada exploratória em função da necessidade de proporcionar familiaridade com a problemática e aprimorar as ideias relacionadas ao tema pesquisado (Gil, 2002). Para tanto, inicialmente o estudo contou com um levantamento de materiais bibliográficos na forma de artigos científicos e livros que elucidam os principais conceitos e ideias sobre as temáticas do turismo e da gastronomia. Tais materiais foram buscados nas principais bases de dados: Google Scholar, Periódicos Capes e Web of Science.

Quanto à metodologia utilizada, a presente pesquisa caracteriza-se como abordagem qualitativa à medida que investiga fenômenos interpretando-os a partir da perspectiva dos sujeitos envolvidos em determinado contexto. Atenta-se às dimensões socioculturais expressas através de opiniões, valores, comportamentos e práticas (Guerra, 2014; Minayo, 2017).

Dentro do universo de possíveis respondentes, a construção da amostra se deu de maneira não probabilística através de uma amostragem por conveniência, à medida que foram selecionados respondentes que possuíam características relevantes à pesquisa (Gil, 2002) e que se encontravam prontamente disponíveis. O uso de amostragens por conveniência ocorreu em função da necessidade de delimitar um subgrupo da população de turistas que vieram ao estado. Desse modo, a pesquisa pôde se dirigir ao grupo de elementos cujas avaliações eram tema de interesse (Prodanov, Freitas, 2013). A amostra total alcançada pela pesquisa foi de 66 indivíduos, sendo todos utilizados no tratamento e análise dos dados à medida que todos os respondentes cumpriam os requisitos para estar aptos a participar da pesquisa.

Ademais, a coleta de dados foi desenvolvida a partir da aplicação de questionários na modalidade on-line através da plataforma Google Forms no período de 26 de setembro e 20 de novembro do ano de 2022, sendo aplicados aos turistas que visitaram a Paraíba. Os turistas responderam os questionários através do meio digital com divulgação nas redes sociais, principalmente pelo Instagram e grupos de WhatsApp.

A escolha do instrumento questionário ocorreu em virtude da possibilidade de alcance de um conjunto de questões que trazem informações relevantes acerca de conhecimentos, crenças, valores, interesses e opiniões, descrevendo particularidades do grupo pertencente à população estudada (Gil, 2008). No questionário constavam questões subjetivas que abriam espaço para livre resposta do turista e auxiliavam na construção de uma investigação mais aprofundada e precisa, contando também com questões objetivas que direcionavam o respondente a certas escolhas (Marconi, Lakatos, 2017) relacionadas a cada questionamento. As três questões subjetivas presentes no questionário foram utilizadas como norteadoras para a construção das variáveis centrais do presente estudo, sendo elas: as impressões dos turistas sobre os pratos consumidos, os aspectos que chamaram a atenção dos respondentes e quais fatores gastronômicos os motivariam a uma nova visita ao estado.

Quanto ao tratamento dos dados coletados, o estudo contou com o auxílio do software IRAMUTEQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires), desenvolvido pelo francês Pierre Ratinaud (Souza et al., 2018) para o tratamento de dados textuais presentes nas respostas dos turistas às três questões abertas existentes no questionário aplicado, organizando a distribuição do vocabulário de maneira compreensível e visível (Camargo, Justo, 2013).

O software produz uma análise qualitativa dos textos que são executados no programa, de modo que seu conteúdo é tratado analisando o conteúdo dos dados inseridos e apresentando visualmente os resultados encontrados nos textos através de diferentes ferramentas presentes no software, como: a Nuvem de Palavras, a Análise de Similitude e a Classificação Hierárquica Descendente. O Iramuteq fornece à pesquisa agilidade e ampla visualização dos dados coletados sem que haja perda na rigidez e confiabilidade do processo (Martins et al., 2022). Os supracitados autores enfatizam ainda a necessidade de vigilância contínua por parte do pesquisador no processo de interpretação dos resultados apresentados nos relatórios gerados pelo software, evitando desvios e interpretações isoladas.

A presente pesquisa utilizou o Iramuteq na versão 0.7 alpha 2, do ano de 2020, para gerar a Análise de Similitude e a Nuvem de Palavras a serem expostas na discussão dos resultados e que apresentam visualmente as respostas dos turistas, provenientes das três questões abertas que dão base às variáveis centrais do estudo.

Para a inserção das respostas (das três questões abertas) no software foi necessária a construção de 3 (três) materiais na forma de corpora textuais, onde cada um abordava uma variável central do estudo, sendo elas: as impressões dos turistas sobre os pratos consumidos, os aspectos que chamaram a atenção dos respondentes e quais fatores gastronômicos os motivariam a uma nova visita ao estado. Para o processo de construção de cada corpus foram seguidas as instruções de Salviati (2017), obedecendo às instruções de construção especialmente quanto à remoção de frases e expressões distantes da temática central e a utilização da ferramenta “parágrafos” como método de construção de segmentos de texto (em função das respostas presentes nos corpora serem curtas).

No processo de organização dos dados, os corpus textuais sofreram adaptações em função da necessidade de enquadramento nas regras de construção do material. Dessa forma, o corpus correspondente às impressões sobre os pratos e o corpus acerca dos aspectos que chamaram a atenção dos turistas contaram com 64 e 62 textos (respostas), respectivamente, pois alguns dos indivíduos optaram por não responder às questões. O corpus relacionado a motivação dos turistas contou com apenas 54 textos, à medida que a questão só poderia ser respondida por turistas que haviam marcado “Sim” na questão que a antecedia. Nesse caso apenas 60 indivíduos responderam “Sim” e, desses, 6 (seis) não responderam à questão aberta.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este tópico apresenta os principais resultados encontrados na pesquisa, de forma que as questões abertas do questionário são abordadas nas variáveis centrais e sua exposição é feita através da Nuvem de palavras e das Análises de Similitude. Quanto às questões fechadas, seus resultados são demonstrados através dos gráficos e dos percentuais numéricos trazidos ao longo da discussão.

4.1 Caracterização da amostra

O estudo alcançou a amostra de 65 indivíduos, onde 55,4% eram do sexo masculino e 44,6% do sexo feminino. Quanto à faixa etária dos respondentes, a maioria tinha entre 21 e 30 anos, percentual que corresponde a 60% da amostra coletada. Quanto ao grau de instrução, houve uma maior distribuição entre os níveis médio e superior, onde 38,5% possuíam o ensino superior incompleto, 21,5% eram da pós-graduação e 18,5% tinham cursado o ensino médio completo. Os demais se dividiram em níveis de escolaridade entre médio incompleto e o ensino fundamental. No que tange à procedência dos respondentes, foi investigado de quais regiões do Brasil eles se originavam (de forma que não houve particularização dos estados que pertenciam, somente sua região), havendo uma predominância do Nordeste brasileiro, com 89,2%.

4.2 Análise das percepções dos turistas

Inicialmente os respondentes foram questionados acerca dos anos em que visitaram o estado da Paraíba. Os resultados apontaram que a maioria das viagens ocorreram entre os anos de 2016 a 2019 e de 2020 a 2022 (cabe ressaltar que a questão abria margem para que os respondentes escolhessem todos os intervalos em que haviam viajado à região), fato que corrobora com os dados da Empresa Paraibana de Turismo (PBTur) acerca do crescimento de turistas chegando ao estado, especialmente a partir do ano de 2017. A figura a seguir apresenta a disposição das respostas dos turistas:

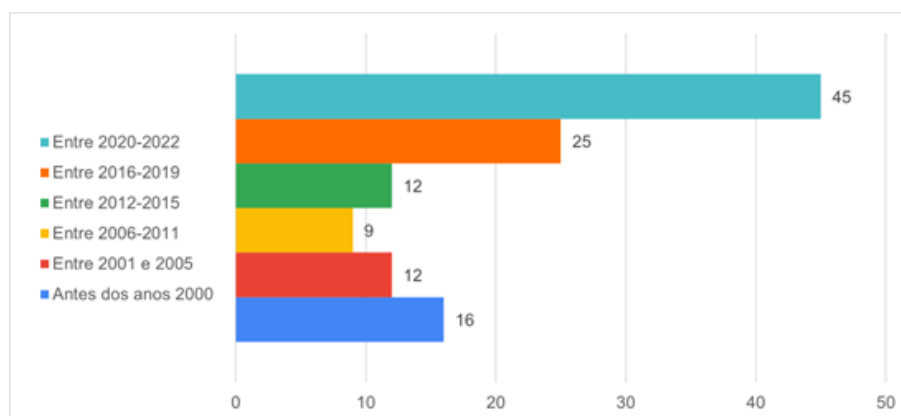


Figura 1. Períodos de visitação ao estado da Paraíba

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022)

No que diz respeito ao consumo da gastronomia paraibana, todos os respondentes já haviam consumido algum prato da culinária regional; dentre eles, 55,4% dos respondentes disseram ter levado a gastronomia em consideração ao escolher visitar o estado. Com relação aos elementos que impulsionaram o consumo desses alimentos, os respondentes destacaram aspectos como os variados sabores presentes nos pratos, os ingredientes e temperos utilizados, além das particularidades da região e da cultura associadas ao modo de preparo dos pratos. No que tange aos pratos mais consumidos pelos turistas, predominou o consumo de pratos cujas receitas fazem uso da carne animal, de raízes e de grãos, conforme apontado por Mello (2002) quanto aos principais ingredientes presentes nas receitas paraibanas. A Figura 2 apresenta o consumo de cada tipo de prato:



Figura 2. Pratos consumidos pelos turistas

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022)

Quanto às impressões dos turistas sobre os pratos consumidos, as análises textuais feitas pelo Iramuteq apontaram que os respondentes destacaram aspectos como o sabor presente nos pratos e a importância de ingredientes e temperos característicos da culinária e cultura do estado, conforme se observa na seguinte resposta: “São pratos de sabores únicos. Embora sejam produzidos também em outras regiões, o tempero

do estado em questão tem um diferencial ao paladar e ao olfato. A empratação é simplesmente atraente”. Além disso, de acordo com a análise do software, os termos com mais significância caracterizavam os pratos como sendo “bom”, “delicioso”, “maravilhoso” e “excelente”, demonstrando a valorização e a imagem positiva que a gastronomia paraibana deixou junto aos turistas. Cabe ressaltar que os termos citados anteriormente, que adjetivavam positivamente os pratos paraibanos, apareceram ao longo de todo o banco de dados. Assim, remete a uma imagem positiva dos pratos, sem quaisquer associações negativas junto a esses adjetivos. Ademais, tais percepções dos turistas vão ao encontro do que é posto por Simon, Etges e Minasi (2015) quanto à crescente valorização das particularidades presentes em um destino por parte dos turistas dentro do turismo gastronômico. A nuvem de palavras a seguir sintetiza os principais elementos citados pelos respondentes em suas impressões sobre os pratos que consumiram:



Figura 3. Impressões dos turistas sobre os pratos

Fonte: Elaborado pelas autoras com o Iramuteq versão 0.7 alpha 2

No que se refere aos elementos da gastronomia que chamaram a atenção do turista, ganharam destaque na percepção do respondente: o sabor da comida, os pratos típicos, os temperos e ingredientes utilizados nas receitas, bem como a diversidade dos pratos, a qualidade e o preparo dos alimentos. Ademais, ressaltaram também a presença de elementos que derivam das influências de outras culturas que se enraizaram na gastronomia paraibana, como apontado por um respondente: “O tempero marcante é extremamente saboroso: carrega em si a influência gastronômica africana, europeia e indiana”; a perspectiva trazida por esse turista vai ao encontro do que é colocado por Tomazoni (2022) em relação à influência dessas culturas no processo de construção da gastronomia nordestina, que resultou em pratos que mesclam ingredientes provenientes desses diferentes grupos. Outrossim, foi citada também a diversidade dos pratos paraibanos no que tange ao preparo de diferentes receitas que compartilham ingredientes semelhantes, especialmente no uso do milho em variados pratos e a forte presença da carne animal nas receitas. A visão dos respondentes aponta para a ideia de Campos et al. (2009) quanto a capacidade da gastronomia paraibana de ofertar uma variada combinação de sabores dentre os pratos típicos do estado. A seguinte Análise de Similitude demonstra a ligação entre as principais expressões citadas pelos turistas para determinar os elementos da gastronomia que mais chamaram a atenção na sua experiência gastronômica:

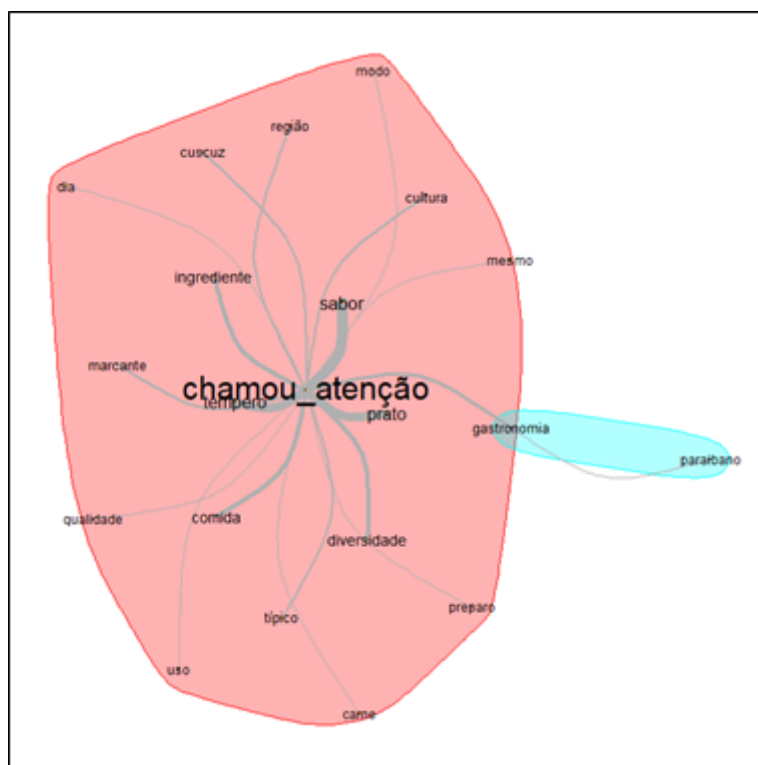


Figura 4. Aspectos da gastronomia que chamam atenção do turista

Fonte: Elaborado pelas autoras com o Iramuteq versão 0.7 alpha 2

Buscando compreender mais profundamente a experiência dos turistas, estes foram indagados se haviam tido alguma espécie de repulsão no consumo de um algum dos pratos. Os dados mostraram que 73,8% responderam que não, enquanto 26,2% afirmaram ter tido algum impasse ou repulsão dentro da experiência de consumo dos pratos.

Investigando acerca de novas possíveis visitas por parte desse grupo e das suas possíveis motivações, os resultados encontrados apontaram que 92,3% dos respondentes consideravam a gastronomia do estado capaz de impulsionar uma nova visita, tendo como finalidade conhecê-la melhor. Para entender melhor a percepção dos indivíduos sobre a possibilidade de uma nova visita, foram questionado quais aspectos da gastronomia seriam responsáveis por motivar o novo deslocamento ao estado. Os respondentes destacaram a diversidade da gastronomia paraibana e os temperos e sabores presentes nos diferentes pratos que compõem tal culinária, como citado pelo seguinte turista: “. . . a diversidade dos pratos e os locais sem dúvidas serão pontos fortes de uma nova visita!”. Outros respondentes destacaram ainda que uma única viagem era insuficiente para conseguir degustar as diferentes receitas ofertadas pelo estado, aspectos que abrem espaço à expectativa de novas visitas por parte desses indivíduos. O destaque dado pelos turistas aos temperos e ingredientes presentes nos pratos mantém relação com a figura do *terroir* da região, particularizando os aspectos naturais e imprimindo um diferencial nos produtos gastronômicos desenvolvidos na região, como colocado por Silva e Maracajá (2021); havendo assim uma associação entre o ambiente visitado e determinados alimentos e receitas (Barroco, Barroco, 2008; Landa, 2018). A representação visual dos fatores gastronômicos que motivariam o retorno dos turistas ao estado pode ser percebida através da Análise de Similitude a seguir, onde são apresentadas as conexões resultantes das opiniões emitidas pelos respondentes:

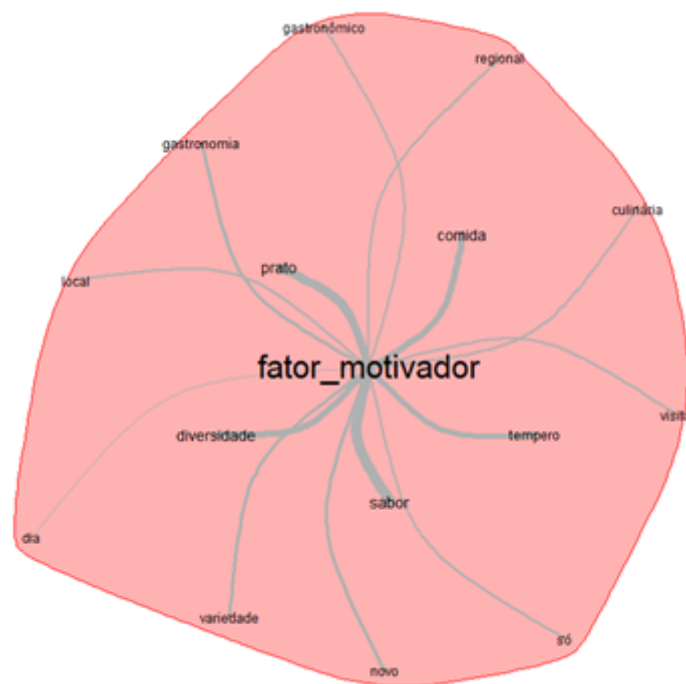


Figura 5. Fatores motivadores de nova visita ao estado

Fonte: Elaborado pelas autoras com o Iramuteq versão 0.7 alpha 2

Ainda se tratando da possibilidade de uma nova visita ao estado motivada por fins gastronômicos, 90,8% dos respondentes asseguraram que as particularidades da gastronomia paraibana os encorajariam a explorar e conhecer novas regiões do estado, demonstrando que os elementos característicos da região paraibana podem ser considerados elementos de diferenciação ao turismo do estado, à medida que estimulam o retorno do visitante, dada a influência que exercem na experimentação de um destino, como exposto por Aguiar, Melo e Eusébio (2020). Ademais, 95,4% dos turistas afirmaram que indicariam para um amigo ou familiar que visitasse o estado da Paraíba e conhecesse sua gastronomia, abrindo margem para possibilidade de novos visitantes à localidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo dos resultados obtidos na pesquisa, é possível inferir que a gastronomia paraibana tem construído nos turistas uma imagem positiva quanto aos pratos ofertados, principalmente no que tange aos sabores e características particulares da região. Estas se mostram atrativas na perspectiva dos respondentes da pesquisa, de forma que 92,3% deles afirmaram que a gastronomia os impulsionaria a uma nova visita ao estado.

Os ingredientes e temperos utilizados nas receitas obtiveram destaques na perspectiva dos respondentes, bem como a cultura local e a diversidade que é ofertada ao consumidor na gastronomia paraibana. Além disso, os turistas acreditam no potencial da gastronomia no turismo do estado. Um deles citou: “a gastronomia paraibana é rica em temperos e sabores. Portanto, precisa ser considerada como um fator de competitividade da região”. Outros pontuaram que os pratos deveriam ser mais bem valorizados e inseridos dentro do roteiro que contemplasse as características da região e ampliassem a divulgação da culinária do estado, à medida que 90,8% dos respondentes apontaram que essas particularidades os encorajariam a explorar outras regiões paraibanas, abrindo possibilidade de retorno ao estado por parte desses turistas.

Diante das considerações dos respondentes, a gastronomia pode ser vista como um elemento com potencial de agregar à experiência turística do visitante que chega à Paraíba. Entretanto, é necessário que o patrimônio gastronômico ganhe destaque nas discussões acerca do turismo na Paraíba, para que se consolide como parte integrante de roteiros turísticos do estado; de modo que as particularidades gastronômicas características da região sejam incorporadas também como elemento de diferenciação frente a outros destinos, tornando-se fator de competitividade à medida que reflete e incorpora aspectos culturais dos povos que habitam e habitaram a região. Em suas considerações, os turistas apontaram que na sua percepção a gastronomia paraibana se diferencia quando comparada aos demais estados nordestinos, de forma que os indivíduos que responderam afirmativamente representavam 67,7% da amostra.

O estudo encontrou limitações quanto à amostragem em termos de quantidade de respondentes, muito em função da recente retomada das atividades turísticas no dito “novo normal” após a pandemia de covid-19, fato que implicou no alcance de um número maior de participantes e disposição de resposta por parte dos turistas. Além disso, o estudo contou apenas com uso do software Iramuteq para o tratamento dos dados coletados e que, em virtude do tamanho da amostra e das respostas obtidas, sofreu impactos no desenvolvimento de outras análises mais profundas, como a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) a ser realizada pelo software.

A presente pesquisa busca incentivar o desenvolvimento de outros estudos dentro da temática, a fim de ampliar o horizonte das discussões sobre gastronomia e turismo no estado da Paraíba, propondo investigações cujas amostras englobem um maior número de indivíduos com o intuito de compreender mais a fundo suas impressões sobre o tema. Tais pesquisas podem gerar estudos acerca de produtos gastronômicos importantes para o estado, como os pratos a base de milho e seu consumo nas festas juninas, além do consumo de cachaças no brejo do estado. Para tanto, é necessário que novas pesquisas busquem investigar e desenvolver um levantamento dos produtos gastronômicos locais com o intuito de diferenciá-los dos demais pratos produzidos no Nordeste, como também para esclarecer quais deles podem constituir o arcabouço de pratos pertencentes ao patrimônio gastronômico do estado da Paraíba. Propondo, dessa forma, novos caminhos que tornem esse patrimônio mais valorizado e bem aproveitado enquanto elemento de diferenciação no turismo paraibano.

6. REFERÊNCIAS

- Aguiar, E. P. S., De Melo, S. M. C., & De Aguiar Eusébio, M. C. (2020). Gastronomia e Desenvolvimento Turístico: Uma revisão sistemática da literatura. *Research, Society and Development*, 9(7). <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4197>
- Barroco, L. M. S., & Barroco, H. E. (2008). A importância da gastronomia como patrimônio cultural no turismo baiano. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 1(2), 4.
- Cabugueira, A. (2005). A importância econômica do turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(2), 97-104.
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em psicologia*, 21(2), 513-518.
- Campos, R. F. F., de França Ferreira, J., Manguiera, M. N., & Gonçalves, M. D. C. R. (2009). Gastronomia nordestina: Uma mistura de sabores brasileiros. *XI Encontro de Iniciação à Docência*, Universidade Federal da Paraíba, 11. http://www.prac.ufpb.br/anais/xenex_xienid/xi_enid/monitoriaPET/ANAIS/Area6/6CCSDNMT01.pdf
- Da Silva, I. C. A., & Maracajá, K. F. B. (2021). Analisando os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) na gastronomia do Sertão Paraibano. *Research, Society and Development*, 10(7). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i7.16501>
- De Araújo, S. M. S., & da Silva, E. L. (2006). Ecoturismo, desenvolvimento sustentável e planejamento: Política brasileira e potencialidades do Sertão Paraibano. *Caderno Virtual de Turismo*, 6(3). <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/131/125>

- De Carvalho, A. L. P. (2012). Quadros sedutores no campo do turismo e mídia: A construção da identidade paraibana pela mídia turística. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 2(1), 36-57. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/550/324>
- De Oliveira, M. D. R. B., & Salazar, A. M. (2011). Os impactos do turismo: O caso da viagem medieval de Santa Maria da Feira. *Tourism & Management Studies*, 1, 744-765.
- D'Angelis, B. C. S., & da Costa Lima, G. F. (2015). Políticas Públicas de turismo na Paraíba: Avaliação do Polo Cabo Branco e do Prodetur (NE). *Revista Avaliação de Políticas Públicas-AVAL*, 2(10).
- Fagliari, G. S. (2005). *Turismo e alimentação: Análises introdutórias* (pp. 8-38). São Paulo: Roca .
- Fernandes, C. (2020). *Viagem gastronômica através do Brasil*. São Paulo: SENAC .
- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gil, A. C. (2002). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa* (4a ed.) . São Paulo: Atlas .
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6 a ed). São Paulo: Atlas.
- Gimenes-Minasse, M. H. S. G. (2017). Notas sobre políticas públicas a respeito da gastronomia no contexto turístico brasileiro. *Turismo e Sociedade*, 9(3).
- Guerra, E. L. de A (2014). *Manual de pesquisa qualitativa*. Belo Horizonte: Grupo Â nima Educação .
- Guimarães, C. R. F. F., & Morano, C. B. (2020). Revisão sistemática de trabalhos acadêmicos sobre turismo e emprego no Brasil, entre os anos de 2010-2020. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 10(2), 123-135. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.182>
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Koerich, G. H., D e Sousa, R. P. L., & Fialho, F. A. P. (2018). Gastronomia como identidade de marca para destinos turísticos em cidades criativas. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 12(2), 88-104.
- Landa, C. A. (2018). Alimentos y gastronomía de cercanía:¿ Un valor en alza? *Nutrición Hospitalaria*, 35(SPE4), 44-48.
- Lavandoski, J., Brambilla, A., & Vanzella, E. (2019). *Alimentação e turismo: Criatividade, experiência e patrimônio cultural*. João Pessoa: CCTA.
- Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo: nueva clasificación. *Buenos aires*, 1, 66-86.
- López - Guzmán, T., & Sánchez - Cañizares, S. (2012). Culinary tourism in Córdoba (Spain). *British Food Journal*, 114, 2, 168-179. <https://doi.org/10.1108/00070701211202368>
- Marconi, M. de A. , Lakatos, E. M. (2017). *Fundamentos de Metodologia Científica* (8 a ed.). São Paulo: Atlas.
- Martins, K. N., De Paula, M. C., Gomes, L. P. S., & dos Santos, J. E. (2022). O software IRaMuTeQ como recurso para a análise textual discursiva. *Revista Pesquisa Qualitativa*, 10(24), 213-232.
- Martins, U., & Baptista, M. M. (2010). A gastronomia portuguesa no Brasil: U m roteiro de turismo cultural. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(13/14), 633-644. <https://doi.org/10.34624/rtd.v2i13/14.12245>
- Martins, U. M. O., Costa, C., & Baptista, M. M. (2014). O potencial da tapioca como um produto turístico cultural do destino Fortaleza-Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(21/22), 191-204. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i21/22.11187>
- Meler, M., & Cerovic, Z. (2003). Food marketing in the function of tourist product development. *British Food Journal*, 105, 3, 175-192 <https://doi.org/10.1108/00070700310477121>
- Mello, J. O. de A. (2002). Cultura e alimentação na Paraíba – Um exercício de nova história. *Ciência & trópico*, 30.
- Minayo, M. C. de S. (2017). Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: Consensos e controvérsias. *Revista pesquisa qualitativa*, 5(7), 1-12.
- Mora, D., Solano-Sánchez, M. Á., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100405. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100405>

- Prodanov, C. C., & De Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2a ed.). Novo Hamburgo, RS: Feevale.
- Rabahy, W. A. (2020). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14, 1-13. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>
- Ramos, D. M., & Costa, C. M. (2017). Turismo: Tendências de evolução. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, 10(1), 21-33.
- Rand, G. E. D., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112. https://doi.org/10.1300/J073v14n03_06
- Ribeiro-Martin, C. de S., & Silveira-Martins, E. (2018). Turismo gastronômico: Uma pesquisa bibliométrica em bases de dados nacionais e internacionais. *Turismo: Visão e Ação*, 20(1), 184-208. <https://doi.org/10.14210/rtva.v20n1.p184-208>
- Ruschmann, D. (2016). *Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus .
- Salviati, M. E. (2017). Manual do aplicativo Iramuteq. Recuperado em 02/03/ 2020.
- Silva, W. K. de M., de Oliveira, A. J., & da Silva, K. A. (2018). Turismo e desenvolvimento regional: O brejo paraibano como destino turístico. *Revista FSA*, 15(1).
- Simon, E. L., Etges, V. E., & Minasi, S. M. (2015). A Gastronomia Regional e o Turismo como Elementos Fortalecedores da Identidade Cultural Frente à Tensão entre o Global e o Regional. *Cenário*, 153.
- Souza, M. A. R. D., Wall, M. L., Thuler, A. C. D. M. C., Lowen, I. M. V., & Peres, A. M. (2018). O uso do software IRAMUTEQ na análise de dados em pesquisas qualitativas. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 52.
- Tomazoni, A. M. R. (2022). Gastronomia brasileira : olhares para origem e contexto histórico. *Turismo Gastronomia 'sem fronteiras'*, 15.
- Tomé, L. M. (2018). Panorama do turismo no Brasil e oportunidades para a Região Nordeste. *Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE*, 3, 59.
- UNWTO. World Tourism Barometer. (2020), 18(1).
- Vasconcelos, V. H. R. D. (2018). Feiras agroecológicas da cidade de João Pessoa-Paraíba: Caracterização de produtores e consumidores de alimentos orgânicos e sua relação com a gastronomia paraibana (Dissertação de Mestrado PRODEMA/UFPB) , João Pessoa, PB, Brasil. Recuperado de: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/14504>